

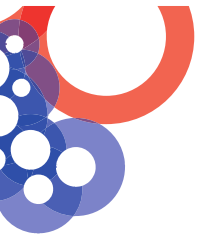


Die Werkzeugkiste

"Hilfe zur Selbsthilfe" für Freiwillige in Vereinen und Netzwerken,
die sich für die lokale Entwicklung engagieren



Dieses Projekt, BenefitRegions, wird gefördert im Rahmen des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.



Inhalt

- A) Vermittlung und Kommunikation
- B) Die Entwicklung eines Dorfes ähnelt dem Umbau eines Hauses
- C) Bürgerversammlungen
- D) Gemeinsames Ziel - Lokale Entwicklungspläne
- E) Los geht's" - von der Idee zum Projekt
- F) Gemeinschaften in Vereinen:
- G) Bürgervertretung – versammelndes Organ und Sprachrohr der örtlichen Gemeinschaft
- H) Verschaffen Sie sich einen Überblick! SWOT-Analyse
- I) Finden eines logischen Modells

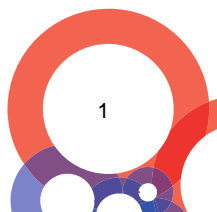
Benefit4Regions ist ein Leuchtturmprojekt für Kooperation.

Es nutzt die vielseitigen Chancen und Potentiale der ländlichen Räume in Deutschland und Dänemark und schafft Mehrwerte. Eine einzigartige Vielfalt an Wissensträgern und Institutionen hat sich vereint auf den Weg gemacht, Lösungsansätze für die Themen der Regionalentwicklung und Wirtschaft zu entwickeln und Wissen über bestehende Ansätze und Ideen zu teilen.

Die Projektpartner von Benefit4Regions sind Wirtschaftsförderungsagentur Kreis Plön GmbH, Sønderborg Kommune, Landdistrikternes Fællesråd, Syddansk Universitet, Kalundborgegnens Erhvervsråd, Guldborgsund Kommune, Kreis Plön, Kreis Schleswig-Flensburg, Fachhochschule Kiel, Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein, Forschungs-und Entwicklungszentrum Fachhochschule Kiel. Das Projekt wurde von Juli 2016 bis Juni 2019 durchgeführt.

www.benefit4regions.eu

www.copedia.eu





Einführung

Copedia Die Werkzeugkiste gibt konkrete Empfehlungen dazu, wie freiwillige aktive Akteure in Vereinen oder Netzwerken an der Entwicklung ihrer eigenen Region mitarbeiten können.

Dieser Kasten mit Hilfe zur Selbsthilfe basiert auf den Erfahrungen der Projektpartner und neuem Wissen aus dem Projekt Benefit4Regions. Die Werkzeuge sind an die deutsch-dänische Zusammenarbeit angepasst, können aber auch auf beiden Seiten der Grenze genutzt werden.

Die Werkzeuge sollen den Abstand verringern zwischen dem, was gesagt und dem, was getan wird. Die Werkzeugkiste ist übersichtlich und beinhaltet leicht verständliche Texte und Abbildungen, die helfen sollen:

- sich einen Überblick zu verschaffen, u.a. durch die Trennung von Prinzipien und Details
- zu verstehen, u.a. durch schrittweise Erklärungen
- zu lernen, indem der Leser zum Denken und zur Selbsthilfe angeregt wird.

Die Werkzeuge tragen dazu bei über Partizipation, Kommunikation, Zusammenarbeit, Verantwortung und Planung in der regionalen Entwicklungsarbeit zu „lernen“. Das "versteckte Lernen" wird den Alltag der Freiwilligen bereichern und das Gefühl stärken, aktiver Teil der heutigen Gesellschaft zu sein – das heißt ein wichtiger Teil einer Gemeinschaft zu sein; sowie Verantwortung, Motivation und das Gefühl "einen Unterschied zu machen" zu fördern.

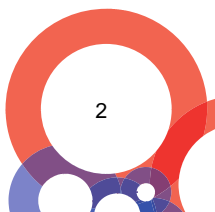
Die Werkzeugkiste stellt den Freiwilligen in Vereinen und Netzwerken Werkzeuge zur Verfügung, um ihre Ziele besser zu erreichen. Dies verkürzt den Weg zur Zusammenarbeit zwischen Politikern, Verwaltung, Bürgern, der Wirtschaft und Bildungseinrichtungen bei der Findung von Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen in einer sich schnell verändernden Gesellschaft.

Die Teilnehmer in einer sozialen Gemeinschaft, einer Gruppe oder einem Netzwerk können in Bezug auf ihr Denken, ihre Gefühle und ihr Handeln unterschiedlich sein und jede Person ist aufgrund ihrer Hintergründe und Persönlichkeit einzigartig. Hier kann die Werkzeugkiste dabei behilflich sein, Mittel der Zusammenarbeit zu finden.

Die Werkzeugkiste baut auf dem Glauben auf, dass der Mensch ein allgemeines Interesse an Entwicklung und Gemeinschaft hat. Die Botschaft der Werkzeugkiste ist, dass wir lernen können, gleichzeitig frei zu sein und uns in einer Gemeinschaft einzufügen.

"Wenn man einem hungrigen Menschen einen Fisch gibt, wird er nur einmal satt. Am nächsten Tag hat er wieder Hunger und braucht Hilfe. Wenn man ihm stattdessen eine Angel gibt und ihm zeigt, wie man Fische fängt, dann kann er sich in Zukunft selbst versorgen".

Quelle: "Om at undervise" [über das Unterrichten] von Robert Eggersen. Frei übersetzt nach einem chinesischen Sprichwort.





Der Schwerpunkt soll auf das gesetzt werden, was funktioniert. Hierfür soll ein Verständnis entwickelt werden, bevor man sich damit auseinandersetzt, was ebenfalls möglich wäre (Appreciative Inquiry):

- In jeder Gesellschaft und Organisation gibt es bewährte Praktiken.
- Man findet Probleme, indem man sie sucht - und man vergrößert sie, indem man an ihnen festhält.
- Konzentrieren Sie sich auf das Mögliche und nicht auf das Unmögliche.
- Konzentrieren Sie sich auf bewährte Praktiken und nicht auf das, was nicht funktioniert.
- Das, auf das wir uns konzentrieren, wird zu unserer Wirklichkeit.
- Die Wirklichkeit wird im Augenblick geschaffen und es gibt mehrere Wirklichkeiten.
- Die Art, auf der in einer Organisation oder Gruppe Fragen gestellt werden, beeinflusst die Gruppe auf die eine oder andere Art.
- Menschen fühlen sich bei einer Reise in die Zukunft (das Unbekannte) sicherer, wenn sie Dinge aus der Vergangenheit mitnehmen (das Bekannte).
- Wenn man etwas aus der Vergangenheit mitnehmen muss, sollte das nur das Beste sein (oder das, was funktioniert).
- Es ist wichtig, Verschiedenheit wertzuschätzen.
- Die Sprache, die wir gebrauchen, schafft unsere Wirklichkeit. Das Wort schafft, was es benennt.
- Menschen können sich in einem negativ definierten Umfeld nicht ändern.

A) Vermittlung und Kommunikation

In der Vereinsarbeit ist Kommunikation ein unentbehrliches Werkzeug. Durch erfolgreiche Kommunikation kann die Vereinsarbeit gegenüber aktuellen und potentiellen Mitgliedern sichtbar gemacht und bestimmte Anliegen können vorangebracht werden, z.B. in Verbindung mit einem Projekt oder einem politischen Entscheidungsprozess.

Vor der Kommunikation einer Entscheidung, einer Aktivität oder einer Haltung durch den Vereinsvorstand sollten folgende Fragen gestellt werden:

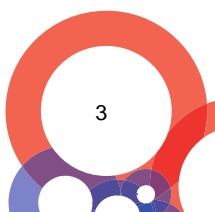
- Wer ist unsere Zielgruppe?
- Welches Ziel verfolgen wir mit der Kommunikation ?

Auf dieser Grundlage können ein für die Situation geeignetes Medium und eine entsprechende Form der Kommunikation gewählt werden.

Nachfolgend werden verschiedene Kommunikationssituationen beschrieben, die in der Vereinsarbeit, insb. aus Sicht des Vorstands, vorkommen können.

A1. Interne Kommunikation innerhalb des Vereins

Die Zielgruppe für die interne Kommunikation sind die Mitglieder.





Das Ziel der internen Kommunikation ist die Information der Mitglieder über Entscheidungen und Initiativen des Vorstands. Den Mitgliedern soll vermittelt werden, dass ihnen die Mitgliedschaft etwas nützt. Das gelingt nur, wenn sie die Vorstandsarbeit wahrnehmen.

Die interne Kommunikation soll:

- Regelmäßig stattfinden
- Offen und ehrlich sein
- Dem Empfänger zugänglich sein
- Leicht zu versenden sein

Medien und Formen der internen Kommunikation sind:

1.1 Mitgliederzeitschrift

Eine Mitgliederzeitschrift ist allen zugänglich - auch Menschen ohne Computer. Aber die Produktion und nicht zuletzt ihre Zustellung erfordert Ressourcen. Eine Lösung könnte sein, dass mehrere Vereine sich zu einer gemeinsamen lokalen Zeitschrift zusammenschließen.

1.2 Newsletter

Newsletter sind eine schnelle und kostenfreie Form der Kommunikation. Leider sind sie noch nicht allen zugänglich. Für Mitglieder ohne E-Mail-Adresse sollte daher ein Newsletter in Papierform erstellt werden.

1.3 Website

Jeder Verein sollte eine Website haben, diese aber mit einem Newsletter, einer Mitgliederzeitschrift oder Aktivitäten in den sozialen Medien (Facebook, App, Twitter, Instagram, YouTube u.a.) kombinieren. Denken Sie daran, die Website regelmäßig zu aktualisieren. Eine ausgestorbene Website kann Auslöser für Gerüchte über einen ausgestorbenen Verein sein.

Die Website ist die digitale Grundlage für einen engeren Kontakt zu den Bürgern. Google ist die beliebteste Suchmaschine und als Inhaber einer Website ist es von Vorteil, auf Google gefunden zu werden.

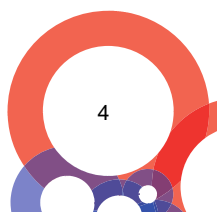
A2. Die aktivitätsbezogene Kommunikation

Die Zielgruppe der aktivitätsbezogenen Kommunikation kann je nach Aktivität eng oder breit bemessen sein. Beispielsweise sollte ein gemeinsamer Aufräumtag der gesamten örtlichen Bevölkerung kommuniziert werden, während ein Faschingsfest oder eine Veranstaltung für Zugezogene sich an eine bestimmte Zielgruppe richtet. Nach der Veranstaltung sollten alle von dem Erfolg erfahren!

Die aktivitätsbezogene Kommunikation verfolgt zwei Ziele: Zum einen sollen Menschen an der Aktivität teilnehmen und zum anderen sollen sie erfahren, dass sie stattgefunden hat. Die aktivitätsbezogene Kommunikation ist also auch eine Art Öffentlichkeitsarbeit für den Verein. Ein aktiver Verein ist ein attraktiver Verein.

Die aktivitätsbezogene Kommunikation soll:

- deutlich über Zeit und Ort informieren





- Aufmerksamkeit und Neugierde wecken
- Zeitlich auf die Aktivität abgestimmt sein
- Für den Empfänger sichtbar sein

Medien und Formen der aktivitätsbezogenen Kommunikation:

2.1 Anzeigen

Eine Anzeige in einer lokalen oder regionalen Zeitung ist geeignet, um eine breite Zielgruppe zu erreichen. Sie ist aber relativ teuer. Denken Sie darüber nach, ob Ihre Zielgruppe auch mit Aushängen in lokalen Geschäften, Schulen, Kindergärten oder der lokalen Infotafel erreicht werden kann.

2.2 Persönlicher Kontakt zur Presse

Lokale und regionale Zeitungen berichten gerne vorab über Aktivitäten und Ereignisse. Ein Anruf oder eine E-Mail mit Informationen darüber, was wo und wann passiert reicht oft aus, um in die Lokalzeitung zu kommen.

2.3 Aktivitätskalender im Internet

Die regionalen Radio- und Fernsehsender haben Aktivitätskalender auf ihren Homepages, in denen man die Veranstaltungen kostenfrei eintragen kann. Die Nachrichtenredaktionen der Sender nutzen die Kalender, um sich über Veranstaltungen in der Region zu informieren.

2.4 Direktversand

Der Direktversand (elektronisch oder in Papierform) ist geeignet, wenn man mit einer begrenzten und bekannten Zielgruppe kommuniziert. Es sollte eine persönliche Form der Ansprache gewählt werden, um zu vermitteln, dass nur ausgewählte Empfänger angeschrieben wurden.

2.5 SMS

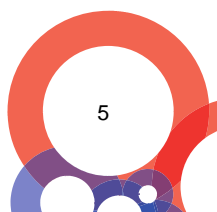
SMS sind geeignet, um an eine bereits angekündigte Veranstaltung zu erinnern. Einige Websites haben eine Funktion zum Versenden von SMS. Denken Sie daran, dass der Empfänger sein Einverständnis geben muss, um auf der SMS-Liste des Vereins zu stehen.

2.6 Pressemitteilung

Nutzen Sie Pressemitteilungen, um über die kommende oder bereits stattgefundene Aktivität zu informieren. Lokale Wochenblätter drucken oft Pressemitteilungen, ohne sie vorher zu bearbeiten. Mit einer Pressemitteilung kann man seine Geschichte also selbst erzählen.

Eine Pressemitteilung muss:

- eine Überschrift haben, die Interesse weckt.
- eine Sub-Headline (Unterzeile zur Überschrift) haben, die ihre Hauptbotschaft wiedergibt.
- einleitend über die Punkte "wer, was, wo und wann" informieren.
- so aufgebaut sein, dass die Redaktion den Text von hinten kürzen kann, ohne dass der Sinn verloren geht.
- mit Kontaktinformationen versehen sein, damit die Presse weitere Informationen anfragen kann.
- als Dateianhang an die lokale Presse gesendet werden (fragen Sie bei der Kommunikationsabteilung ihrer Gemeinde/ihrer Amtes nach einer Liste von Empfängern).





2.7 Bürgerjournalismus

Der Bürgerjournalismus eignet sich für die breite Information über bevorstehende und besonders über bereits stattgefundene Aktivitäten. Der Bürgerjournalismus ist primär ein Netzphänomen, wobei die besten Artikel aber auch ihren Weg in die Printausgaben von Zeitungen finden.

Ein guter journalistischer Artikel:

- hat eine Überschrift, die Interesse weckt.
- informiert einleitend über die Punkte "wer, was, wo und wann".
- ist spannend und es macht Spaß, ihn zu lesen.
- ist mit einem Bild illustriert.

2.8 Facebook, Apps, Instagram, Twitter, Youtube usw.

Nutzen Sie die sozialen Medien, um Aufmerksamkeit auf Aktivitäten zu lenken, die auf der Website näher beschrieben sind, auf der umfassender informiert werden kann. Auf Facebook ist es wichtig, schnell zu reagieren, zu antworten und zu Kommentaren Stellung zu nehmen. Finden Sie heraus, wie Sie Ihre Zielgruppe erreichen. Zum Beispiel haben dänische Untersuchungen im Jahr 2015 folgendes gezeigt:

- Senioren von 50+ Jahren erreicht man am besten über Radio, TV und analog,
- Erwachsene von 35 – 50 Jahren erreicht man am besten über soziale Medien wie Facebook und Twitter,
- Junge Erwachsene von 20-35 Jahren erreicht man am besten über digitale Plattformen wie z.B. Facebook, Instagram, Snapchat und Youtube.
- Kinder und Jugendliche von 3-6, 7-12 und 12-19 Jahren sind Firstmovers und auf den sozialen Medien wie Snapchat, Youtube und Instagram anzutreffen.

A3. Die Projektbezogene Kommunikation

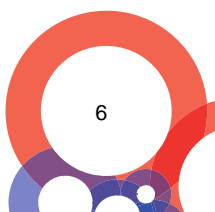
Die Projektbezogene Kommunikation hat mehrere Zielgruppen, die sich im Laufe der Zeit verändern. So muss beispielsweise in einer Projektphase an die Sponsoren appelliert werden, in einer anderen die freiwillige Arbeitskraft der Mitglieder mobilisiert werden und in der dritten ist es wichtig, Kontakt zu Politikern herzustellen.

Das Ziel der projektbezogenen Kommunikation ist es sicherzustellen, dass die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Informationen bekommen. Wenn zum Beispiel ein Grundbesitzer Boden für einen Naturpfad zur Verfügung stellen soll, muss er darüber informiert werden, bevor er es aus der Zeitung erfährt. Erstellen Sie deshalb einen Informationsplan, in dem festgelegt wird, wer was wann erfahren soll.

Die Projektbezogene Kommunikation soll:

- strategisch
- kurz, klar und leicht verständlich
- glaubwürdig und überzeugend sein.

Medien und Formen der projektbezogenen Kommunikation:





3.1 Projektbroschüre

Eine Projektbroschüre ist eine "Pixi-Ausgabe" der Projektbeschreibung und enthält die wichtigsten Punkte, Illustrationen und Kontaktinformationen. Die Projektbroschüre ist gut geeignet für Anfragen an Sponsoren, Spendensammlungen, die Mobilisierung freiwilliger Arbeitskraft und vieles andere mehr.

A4 Politische Kommunikation

Wenn Politiker Entscheidungen treffen, die Konsequenzen für die Region haben, müssen die Bürgervertreter politisch agieren und kommunizieren können. Die Zielgruppe der politischen Kommunikation sind lokale, regionale und nationale Entscheidungsträger.

Ziel der politischen Kommunikation ist es, dass der Stimme der örtlichen Bevölkerung Gehör verschafft und der politische Entscheidungsprozess beeinflusst wird.

Die politische Kommunikation sollte:

- sachlich, aber nicht langweilig sein.
- Aufmerksamkeit auf sich ziehen, ohne zu stark zu provozieren.
- konkrete Probleme lösen.

Medien und Formen der problemorientierten Kommunikation:

4.1 Leserbrief

Der Leserbrief ist ein klassisches demokratisches Genre, das sich besonders eignet, um der breiten Öffentlichkeit einen Standpunkt zu kommunizieren. Leserbriefe müssen kurz sein. Die Botschaft muss klar und die Argumentation eindeutig sein.

Ein Leserbrief kann folgendermaßen aufgebaut sein:

- Einleitend wird der Standpunkt erklärt
- Es werden Argumente genannt
- Der Standpunkt wird noch einmal dargelegt (in anderen Worten).

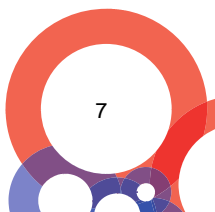
4.2 Stellungnahme

Wenn man im Rahmen einer Stellungnahme seine Kritik an einem politischen Vorschlag äußert ist es wichtig, sie so konkret und konstruktiv wie möglich zu formulieren.

- Was ist an dem Vorschlag problematisch?
- Warum ist dies ein Problem?
- Welchen Gegenvorschlag haben Sie?

4.3 Lobbyismus

Politiker ändern einfacher ihre Meinung, wenn sie dies nicht in der Öffentlichkeit tun müssen. Deswegen kann Lobbyismus hinter den Kulissen besonders effektiv sein, wenn man eine politische Entscheidung beeinflussen möchte. Nutzen Sie ihr Netzwerk, um Kontakt zu den Politikerinnen und Politikern herzustellen, die einen Unterschied machen können.





4.4 Happenings

Happenings sind eine effektive und oft unterhaltsame Methode, um eine Botschaft zu kommunizieren. Ein Happening kann ein Fackelzug, die Überreichung einer Unterschriftensammlung an den Bürgermeister und vieles andere mehr sein.

Bei Veranstaltung eines Happenings sollte man:

- Eine kurze und klare Botschaft haben - gerne in Form eines Slogans auf Bannern, T-Shirts und Ansteckern.
- Die Presse über Zeit und Ort informieren.
- Gute Motive für Pressefotos schaffen.

A5. Kommunikation, die die Beziehungen zwischen Personen in der Gruppe stärkt

Um die Kommunikation innerhalb der Gruppe zu verbessern - besonders bei einer internationalen Zusammenarbeit oder einer Gruppe, die sich aus sehr unterschiedlichen Personen zusammensetzt - haben wir bei Benefit4Regions die Erfahrung gemacht, dass in Aktivitäten investiert werden sollte, die das Vertrauen innerhalb der Gruppe stärken.

Zum Beispiel durch:

- Persönliche Treffen
- Möglichkeiten, um Kontakte zu knüpfen
- Interaktive Besprechungen und Methoden

Dies soll dazu beitragen, eine gemeinsame Basis für die Zusammenarbeit zu schaffen, wobei die Teilnehmer Neugier und Offenheit gegenüber anderen Perspektiven und andere Zugänge zu den Zielen der Gruppe entwickeln.

Bei internationalen Projekten muss ein Verständnis dafür entwickelt werden, auf welcher Sprache kommuniziert wird. Auf der Muttersprache? Englisch als Lingua franca? Oder eine Mischung aus verschiedenen Sprachen? Die Entscheidung beeinflusst die Vertrauensbildung und die Beziehung zwischen den Partnern.

Richten Sie zu Anfang des Projekts auch eine gemeinsame Wissensdatenbank ein, die kulturelle und systembezogene Unterschiede erklärt, sodass man sich gegenseitig leichter versteht und Transparenz geschaffen wird.

Vertiefen Sie dies durch Kurse und Workshops. Laden Sie einen Moderator ein, der die Teilnehmer dabei unterstützt, ihre Ziele zu erreichen.

Miscommunication



How the customer explained it



How the project leader understood it

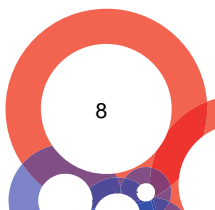


How the analyst designed it

Image source: <http://www.projectcartoon.com/cartoon/2>

© Jander Pal Singh
janderpal@outlook.com

Image source: Pal Singh, B. (2006) Creative Commons, projectcartoon.com



B) Die Entwicklung eines Dorfes ähnelt dem Umbau eines Hauses

1. **Status:**
Wie ist es heute?
Was gefällt uns?
Warum haben wir das Haus gekauft?
2. **Analyse:**
Was fehlt?
3. **Der Traum:**
Wie soll es in fünf Jahren aussehen?
4. **Konkretisierung:**
Was muss passieren, damit der Traum erreicht werden kann?
5. **Umsetzung:**
Aktions- und Zeitplan

Vermittlung und Kommunikation eines Gesamtplans

Gemeinschaften sind die tragende Konstruktion



Projekte bilden das fertige Haus

Ein gemeinsames Ziel ist das Fundament



C) Bürgerversammlungen

Die Aufgabe einer Gemeinde- oder Bürgervertretung als versammelndes Organ der örtlichen Bevölkerung ist es, in ihrem Namen zu sprechen. In Verbindung mit Zukunftswerkstätten, der Ausarbeitung lokaler Entwicklungspläne oder größerer Projekte kann es aber von Relevanz sein, eine Versammlung einzuberufen, in der alle Bürger der Gemeinde einen Beitrag leisten können. Das Ziel einer solchen Versammlung ist es, Engagement und Verantwortungsgefühl für Entscheidungen zu entwickeln, die Konsequenzen für die gesamte örtliche Bevölkerung haben.

Wie bewegt man Menschen zur Teilnahme?

Die Voraussetzung für eine gute Versammlung ist, dass die Bürger überhaupt erscheinen. Die Bürgervertretung kann mehrere Dinge tun, um sich Unterstützung und Engagement zu sichern.

1. Einladung

Die Einladung ist entscheidend dafür, dass die Bürger zur Veranstaltung erscheinen. Erstellen Sie eine Einladung, die sowohl informativ ist (Worum geht es in der Versammlung? Wann und wo findet sie statt?) und Interesse weckt. Sorgen Sie dafür, dass die Einladung alle erreicht - z.B. durch die Verteilung an alle Haushalte. Rufen Sie z.B. dazu auf, "den Nachbarn mitzubringen".

2. Einbeziehung lokaler Vereine u.a.

Bei Bürgerversammlungen in Verbindung mit Ortsentwicklungsplänen sollte man bestehende Vereine, Organisationen und Einrichtungen zur Teilnahme „verpflichten“ – und mindestens mit dem/der Vorstandsvorsitzenden und Leitung Kontakt aufnehmen. Veranstalten Sie eventuell ein kurzes Planungstreffen mit den Vorsitzenden und nutzen Sie deren Erfahrungen und Mitgliederkontakte im Rahmen der Einladung zur großen Bürgerversammlung. So engagieren Vereine/Einrichtungen sich für die Veranstaltung und fühlen sich mitverantwortlich.

3. Soziales ist wichtig

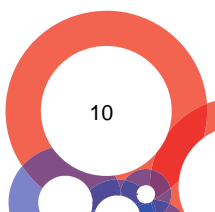
Bei großen Veranstaltungen für die breite Bevölkerung ist es eine gute Idee, auch an den sozialen Aspekt zu denken. Man kann die Versammlung zum Beispiel mit einem gemeinsamen Essen beginnen (denken Sie daran, dass aus der Einladung hervorgehen muss, ob die Teilnehmenden für die Verpflegung bezahlen müssen). Wenn man möchte, dass Familien mit Kindern ebenfalls teilnehmen, kann man parallel zur Veranstaltung Aktivitäten für Kinder organisieren. Auch das sollte natürlich aus der Einladung hervorgehen.

4. Moderation

Es kann eine gute Idee sein, die Versammlung durch eine neutrale Person von außen leiten zu lassen. Ein Vermittler / eine Vermittlerin (facilitator), der der örtlichen Gemeinschaft neutral gegenübersteht, kann die nötige "Helikopterperspektive" besser einnehmen. Sorgen Sie dafür, dass der Vermittler / die Vermittlerin über das Ziel der Versammlung informiert ist und entscheiden Sie sich für eine Person, die für Dynamik, Verantwortungsgefühl und Ergebnisse sorgen kann und außerdem die Bürger abholt, wo sie sind. Aktivitäten und Engagement sind entscheidend für die Erzielung eines Ergebnisses, bei dem sich alle für die gemeinsam geschaffenen Ergebnisse verantwortlich fühlen.

5. Bürger im Mittelpunkt

Als Veranstalter einer Bürgerversammlung ist es wichtig, dass man vor Ort präsent ist – und das vor allem indem man zuhört! Wenn man zu einer Bürgerversammlung einlädt, sollen die Bürger zu Wort kommen. Es ist deshalb wichtig, dass ihnen vermittelt wird, dass ihre Ideen angehört werden.





D) Gemeinsames Ziel - Lokale Entwicklungspläne

Ein Entwicklungsplan formuliert die gemeinsamen Ziele der örtlichen Gemeinschaft. Der Plan ist ein nützliches Werkzeug, wenn die Gemeinschaft ihre Situation verändern oder verbessern will. Oft geht die Initiative zur Arbeit an einem Entwicklungsplan von der Bürger- / Gemeindevertretung als versammelndes Organ der örtlichen Gemeinschaft aus und er übernimmt die Koordination.

Es gibt mehrere Modelle, die man anwenden kann, wenn man an der strategischen Entwicklung eines Gebiets arbeitet. Im Pyramidenmodell, das nachfolgend vorgestellt wird, ist der Prozess in vier Stufen unterteilt:

1. **Vision:** Wohin wollen wir?
2. **Strategie:** Was brauchen wir, um dorthin zu kommen?
3. **Taktik:** Wie kommen wir dorthin?
4. **Handeln:** Wer tut was und wann?

D1. VISION

1.1 Vision – was ist das?

Die Vision ist wie ein leitender Stern für die lokale Entwicklung - ein Traum und ein Ziel, das die Gemeinschaft erreichen möchte. Bei der Vision sollte es sich nicht um ein naheliegendes Ziel handeln, das unmittelbar erreichbar ist. Auf der anderen Seite darf die Vision aber auch nicht unerreichbar oder unrealistisch sein. Ihre Umsetzung liegt einfach in der Zukunft.

1.2 Wer formuliert die Vision?

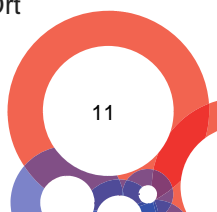
Die endgültige Formulierung der Vision sollte in den Händen der Bürger- / Gemeindevertretung liegen. Erfahrungsgemäß ist es nämlich schwierig, sich konkret und präzise auszudrücken, wenn zu viele Menschen an dieser herausfordernden Aufgabe mitarbeiten.

1.3 Wie geht man vor?

Es ist wichtig, dass sich die Bürger mit der Vision identifizieren. Als Verantwortliche für den Prozess sollte die Bürger- / Gemeindevertretung deshalb versuchen, Input von einem großen Teil der Bevölkerung, Vereinen und Unternehmen zu bekommen. Dies kann durch eine Bürgerversammlung geschehen, bei der die Bürger und Bürgerinnen ihre Ideen vortragen können. Man kann eine außenstehende Person als Moderator hinzuziehen, um die Versammlung zielgerichteter zu gestalten.

1.4 Vision – Beispiele:

- Wir möchten im Jahr 2015 10% mehr Einwohner haben als in 2009.
- Wir haben Wohn- und Freizeitangebote für alle Generationen.
- Wir wollen führend sein im Bereich...
- Das gute Leben wird gelebt...
- Wir möchten als sicherer und inklusiver Ort zum Aufwachsen wahrgenommen werden und ein Ort mit einer verpflichtenden Gemeinschaft sein. "Wenn du nicht weißt, wo du hinwillst, ist es egal, welchen Weg du einschlägst", Alice im Wunderland.





D2. STRATEGIE

2.1 Strategie – was ist das?

Strategie und Vision hängen eng zusammen. Die Strategie beschreibt, was nötig ist, um die Vision zu erreichen. Die Strategie besteht aus langfristigen Zielen, die man in kurzen, klaren Sätzen formulieren können muss. Die Ziele sollen konkret, messbar und mit einer Frist für die Umsetzung versehen sein.

2.2 Wer formuliert die Strategie?

Strategie- und Visionsarbeit sind parallele und zusammenhängende Prozesse. Die Strategie wird auf Grundlage des Inputs der Bürger und Bürgerinnen von der Bürger- / Gemeindevertretung formuliert - genau wie die Vision.

2.3 Wie geht man vor?

Verben zeigen an, inwiefern strategische Ziele konkret sind. Z.B. sind die folgenden Wörter für konkrete Ziel- und Aufgabenbeschreibungen geeignet: *schreiben, ausarbeiten, durchführen, verschicken, kontaktieren, zeigen, erklären, etablieren*. Folgende Verben sind hingegen nicht konkret: *ansehen, bewerten, überlegen, schaffen, sich einsetzen für* und ähnliche.

2.4 Strategische Ziele – Beispiele:

- Aufteilung von Baugrundstücken
- Bau von 15 Genossenschaftswohnungen
- Einrichtung eines Hauses für gemeinsame Aktivitäten
- Modernisierung der Schwimmhalle

D3. TAKTIK

3.1 Taktik – was ist das?

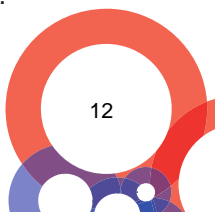
Die Taktik beschreibt, wie die strategischen Ziele erreicht werden können. Dies passiert durch die Festlegung von Teilzielen für jedes einzelne der übergeordneten Ziele. Die Taktik sollte außerdem eine Priorisierung der übergeordneten Ziele enthalten. Dabei geht es darum, die optimale Verwendung der Mittel und Ressourcen sicherzustellen, die in der jeweiligen Situation zur Verfügung stehen.

3.2 Wer formuliert die Taktik?

Auf der taktischen Ebene kann die Bürgervertretung die Verantwortung für einzelne Ziele an Arbeitsgruppen delegieren, die aus Personen bestehen, die einschlägige Interessen oder Kompetenzen mitbringen. Die Arbeitsgruppen formulieren die Taktik für ihren Verantwortungsbereich, definieren also, welche Aktionen zum Erreichen der langfristigen Ziele beitragen sollen. Alle Fäden laufen bei der Bürger- / Gemeindevertretung zusammen. Sie kümmert sich um eine vernünftige Prioritätensetzung in Bezug auf die Ressourcen.

3.3 Wie geht man vor?

Der taktische Plan sollte sehr konkret und greifbar sein. Hier sollte man von Anfang an priorisieren, was am wichtigsten ist und in welcher Reihenfolge bei der Durchführung vorgegangen werden sollte.





3.4 Taktik – Beispiele:

1. Aufteilung von Baugrundstücken
 - Die Bürger- / Gemeindevertretung kontaktiert das Amt
 - Ausarbeitung einer Bedarfsanalyse
 - Kontakt zu potentiellen Bewohnern
 - Verantwortlich: NN, Tlf., Mail

2. Bau von 15 Genossenschaftswohnungen
 - Einrichtung einer Arbeitsgruppe, die mit einer Genossenschaft zusammenarbeitet
 - Kontakt zu Bauunternehmen
 - Verantwortlich: NN, Tlf., Mail

3. Einrichtung eines Hauses für gemeinsame Aktivitäten
 1. Einrichtung einer Projektgruppe
 2. Entwicklung einer Idee und Organisation bis xx
 3. Bürger- / Gemeindeversammlung
 4. Verantwortlich: NN, Tlf., Mail

4. Modernisierung der Schwimmhalle
 - Einrichtung einer Projektgruppe
 - Beginn in 2 Jahren
 - Sondierung der Gegebenheiten vor Ort
 - Verantwortlich: tt, Tlf., Mail

D4. AKTION

4.1 Aktion – was ist das?

Auf der letzten Ebene der Strategiepyramide wird geplant, welche Aktionen durchgeführt werden sollen, um die übergeordneten Ziele zu erreichen. Der Aktionsplan versieht die einzelnen Aktionen mit Namen und Zeitpunkt. Kurz: Wer tut was und wann?

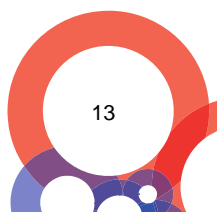
4.2 Wer formuliert den Aktionsplan?

Es muss für jedes der übergeordneten Ziele ein Aktionsplan formuliert werden. Der Aktionsplan wird von den einzelnen Arbeitsgruppen formuliert.

4.3 Wie geht man vor?

Ein Aktionsplan beinhaltet die folgenden Elemente:

1. Was tun wir
 - a. Projektname
2. Wer tut es?
 - a. Koordinator
 - b. Mitglieder der Arbeitsgruppe





- c. Name der Kontaktperson
 - d. Unterstützung von...
3. Wann tun wir es?
 - a. Besprechungen
 - b. Zeitplan
 - c. Berichterstattung
4. Wo sollen wir den Aktionsplan umsetzen?
 - a. Ort
 - b. Physische Gegebenheiten
5. Wie sollen wir es machen?
 - a. Arbeitsauftrag
 - b. Hilfsmittel
 - c. Finanzen
 - d. Kontakt zur Presse
 - e. Politische Unterstützung
6. Wie stellen wir sicher, dass der Aktionsplan umgesetzt wird?
 - a. Feedback
 - b. Erwähnungen und PR
 - c. Gemeinsame Treffen
 - d. Evaluation
7. Die kontinuierliche Entwicklung geschieht dadurch, dass wir...

D5. MISSION

5.1 Mission – was ist das?

Die Mission ist eine Antwort auf die Frage, warum es den lokalen Entwicklungsplan überhaupt gibt und welche Rolle er in einem größeren Zusammenhang spielt.

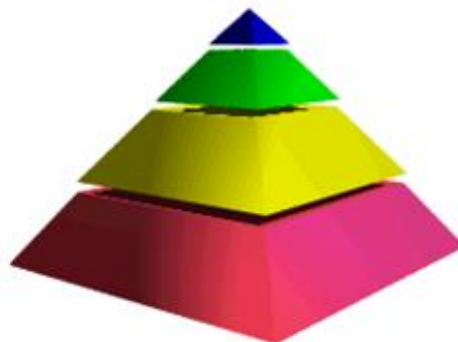
Beispiel: Die Bürger-/Gemeindevertretung hilft der örtlichen Bevölkerung dabei, einen Entwicklungsplan zu erstellen und zu formulieren, der die Entwicklung in der lokalen Gemeinschaft bestmöglich in die richtige Richtung führen soll.

Wo wollen wir hin?

Was brauchen wir?

Wie kommen wir dorthin?

Wer tut was und wann?

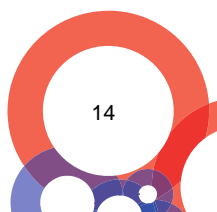


Vision

Strategie

Taktik

Aktion





D6. DER PROZESS

Die Bürger- / Gemeindevertretung als Organ der örtlichen Gemeinschaft ist ein natürlicher Initiator und Koordinator bei der Arbeit an einem Entwicklungsplan. Man erzielt jedoch die besten Ergebnisse, wenn die Bürger und Bürgerinnen aktiv in den Prozess involviert sind. Der nachfolgende Verlauf stellt sicher, dass die Bürger und Bürgerinnen aktiv einbezogen werden und sich somit in hohem Maße mit dem Entwicklungsplan identifizieren.

- Nehmen Sie Geschichtliches zum Ausgangspunkt: Worauf sind wir in unserer örtlichen Gemeinschaft stolz? Was ist unser Fundament? Worin sind wir gut? Wofür sind wir bekannt?
- Analysieren Sie den Ausgangspunkt: Wie sieht unsere örtliche Gemeinschaft in Bezug auf den Wohnungsbestand, die Demografie (Altersverteilung, Verteilung der Geschlechter, Pendeln, die Zusammensetzung der Bürger), Ressourcen und Potentiale aus? Nutzen Sie eventuell ein SWOT-Modell, wo in Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Risiken unterteilt wird.
- Berufen Sie eine Bürgerversammlung ein, bei der alle Bürger und Bürgerinnen die Möglichkeit bekommen, sich zum Entwicklungsplan zu äußern. Was betrachten die Bürger als Identität der örtlichen Gemeinschaft, auf was sind sie stolz und was sind ihre Stärken? Wie soll die Gemeinde ihrer Ansicht nach in 5-10 Jahren aussehen?
- Formulieren Sie Vision und Strategie des Entwicklungsplans auf Grundlage der Beiträge der Bürger und Bürgerinnen.
- Berufen Sie eine neue Bürgerversammlung ein, auf der die Vorschläge zu Vision und Strategie präsentiert und diskutiert werden.
- Setzen Sie Arbeitsgruppen ein, die die Verantwortung für einzelne in der Strategie enthaltenen Ziele übernehmen. Die Arbeitsgruppen formulieren Taktik und Aktionspläne für ihren jeweiligen Arbeitsbereich.
- Stellen Sie die Entwicklungsstrategie auf Grundlage der Beiträge der Arbeitsgruppen auf der Taktik- und Handlungsebene fertig.

Mit einem Entwicklungsplan in der Hand, an dem viele mitgearbeitet haben, hat die örtliche Gemeinschaft genau den Weg gefunden, den sie gehen möchte. Die Bürger- / Gemeindevertretung hat den Überblick darüber, womit die Gemeinde zunächst selbst anfangen kann und wobei sie Hilfe von dem Amt, Kreis, oder anderen Partnern benötigt wird.

Es gibt drei Arten von Dörfern:

1. Die, die dafür sorgen, dass etwas passiert.
2. Die, die zusehen, wie etwas passiert.
3. Die, die sich darüber wundern, was passiert.



E) Los geht's" - von der Idee zum Projekt

Was ist ein Projekt?

Ein Projekt ist ein wichtiges Werkzeug, wenn man die örtliche Gemeinschaft verändern und entwickeln möchte. Ein Projekt ist eine Maßnahme, die mit einem klar definierten Ziel innerhalb eines bestimmten Zeitraums durchgeführt wird und die Realität verändert. Die Realität verändern bedeutet, dass die Projektaktivitäten über das hinausgehen, was normalerweise in Vereinen / in der örtlichen Gemeinschaft passiert. Die Veränderung kann konkret sein sowie physisch (z.B. ein Kulturhaus), sozial (z.B. gemeinsames Essen oder ein Willkommensevent für kürzlich Zugezogene) oder potentiell (z.B. eine Zukunftswerkstatt).

Wie strukturiert man sein Projekt?

Eine klare Projektstruktur schafft Überblick und erhöht die Aussicht auf Erfolg. Das Einteilen des Projekts in Phasen schafft Struktur. Hans Stokholm Kjer arbeitet in "Projekthæftet - en lille bog om fundraising og projektmageri" [*das Projektheft - ein kleines Buch über Fundraising und Projektarbeit*] mit einer besonders anwendbaren Aufteilung eines Projekts in sieben Phasen:

1. Entwicklung einer Idee
2. Organisation
3. Projekt schriftlich festhalten
4. Fundraising
5. Umsetzung
6. Verankerung
7. Evaluation

E1. Entwicklung einer Idee

Eine gute Projektidee basiert auf einem wahrgenommenen Bedarf oder einem Ziel, das man erreichen möchte. Es kann zum Beispiel darum gehen, neue Bewohner anzuziehen, bessere Rahmenbedingungen für die Freizeitaktivitäten in der örtlichen Gemeinschaft zu schaffen usw.

1.1 Klärung von Bedarf und Ziel

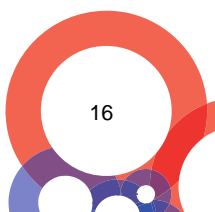
Stellen Sie sich selbst die Frage: Welchen Bedarf soll das Projekt erfüllen? Was soll durch das Projekt erreicht werden? Wer soll von dem Projekt profitieren? Aufbauend auf diesen Antworten kann das Ziel des Projektes klar formuliert werden.

1.2 Entwicklung einer Idee

Führen Sie ein kollektives Brainstorming durch, bei dem alle Ideen aufgeschrieben werden, die zum Erreichen des Ziels führen können. Vergessen Sie dabei alles Finanzielle, die Gesetzgebung und andere mögliche Hindernisse. Denken Sie in Möglichkeiten und nicht in Beschränkungen. Alle Ideen sollen vorgebracht werden - auch die unrealistischen.

1.3 Auswahl von Ideen und Prioritätensetzung

Wählen Sie jene Ideen aus, die in Bezug auf das verfolgte Ziel die größte Wirkung zeigen werden. Überlegen Sie, ob einige der Ideen zusammengefasst oder "unrealistische" Ideen auf andere Weise durchgeführt werden können. Erstellen Sie abschließend eine Prioritätenliste von Ideen.





E2. Organisation

2.1 Kooperationspartner

Eine Zusammenarbeit zwischen mehreren Partnern hat mehrere Vorteile. Sie kann eine Inspiration für das Projekt sein und die Identifikation mit dem Projekt stärken. Außerdem überzeugt sie bei der Beantragung finanzieller Mittel.

Relevante Kooperationspartner sind Personen / Organisationen, die

- am Projekt interessiert sind
- Einfluss oder ein Netzwerk haben, die für das Projekt förderlich sind
- Wissen beisteuern.

2.2 Projektorganisation

Sorgen Sie für eine gute Projektorganisation. Bei Projekten mit mehreren Kooperationspartnern ist es eine gute Idee, eine Lenkungsgruppe einzusetzen, in der alle Projektteilnehmer vertreten sind. Bei Projekten mit nur einem Teilnehmer kann es sich bei der Projektorganisation um eine vom Vorstand eingesetzte Arbeitsgruppe oder einen Ausschuss handeln.

Eine gute Projektorganisation zeichnet sich aus durch:

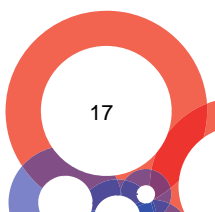
- Feste Lenkung: Wählen Sie einen Koordinator/Projektleiter
- Deutliche Verantwortungs- und Rollenverteilung: Wer macht was und wann?
- Alle am Projekt teilnehmenden Parteien fühlen sich vertreten.

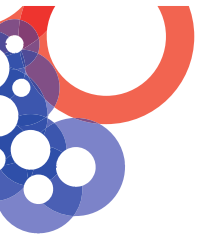
E3. Projekt schriftlich festhalten

Eine Projektbeschreibung sollte ein möglichst klares Bild des Projektes vermitteln. Intern dient die Projektbeschreibung als Richtschnur für die Arbeit, aber sie hat auch extern, im Zusammenhang mit dem Fundraising, eine Funktion. Die Projektbeschreibung sollte von einer Person verfasst werden, aber alle Teilnehmer des Projektes sollten Einfluss darauf nehmen können. Dies stärkt die Identifikation mit dem Projekt.

Eine Projektbeschreibung sollte folgendes beinhalten:

- Titel des Projektes
Der Titel sollte kurz und prägnant sein und etwas über den Inhalt des Projektes aussagen (was und wo).
- Hintergrund des Projekts
Wie ist die Situation vor der Durchführung des Projektes? Warum ist das Projekt wichtig?
- Ziel des Projektes?
Was soll durch das Projekt erreicht werden?
- Zielgruppe des Projektes
Wer soll von dem Projekt profitieren?
- Inhalt des Projektes
Welche Aktivitäten werden durchgeführt, um das Ziel des Projektes zu erreichen?





- **Projektteilnehmer**
Wer nimmt am Projekt teil und wie? Was qualifiziert die Teilnehmer zur Durchführung des Projektes? An dieser Stelle kann auch die Organisation des Projektes beschrieben werden.
- **Zeitplan des Projektes**
Beantragen Sie rechtzeitig Genehmigungen (z.B. Baugenehmigung), da diese eine sehr lange Bearbeitungszeit erfordern können.
- **Budget und Finanzierung**
Welches Budget erfordern die einzelnen Aktivitäten? (möglichst Angebote einholen, um ein realistisches Budget zu erhalten) Welches sind mögliche Finanzierungsquellen? (Ersparnisse, Sponsoren, Stiftungen usw.)

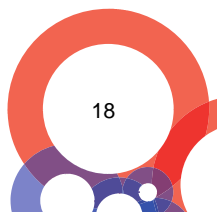
Erstellen Sie eventuell eine Kurzausgabe der Projektbeschreibung und legen Sie einen Ordner mit Hauptpunkten, Zeichnungen und Kontaktinformationen an.

E4. Fundraising

Erstellen Sie einen Fundraisingplan (welche Beträge sollen wo eingeworben werden?) und fangen Sie dort an, wo die Aussichten auf Erfolg am besten sind. Wenn die ersten Mittel eingeworben sind, wird es beim nächsten Mal einfacher.

Möglichkeiten für das Fundraising:

- **Eigene Mittel**
Haben Sie selbst Ressourcen (Geld, Zeit, Arbeit) für das Projekt? Dies macht es einfacher, andere zu überzeugen, das Projekt zu bezuschussen.
- **Spendensammlung**
Nutzen Sie die Kurzfassung der Projektbeschreibung, definieren Sie ein Ziel für die Spendensammlung (10.000 oder 100.000 Kronen?) und gehen Sie von Tür zu Tür.
- **Aktivitäten**
Durch Aktivitäten wie Flohmärkte, Sportveranstaltungen, Vorträge, Konzerte u.a. können Mittel für das Projekt generiert werden.
- **Sponsoren (regionale Unternehmen)**
Nutzen Sie die Kurzfassung der Projektbeschreibung, um das Projekt Sponsoren vorzustellen. Nehmen Sie persönlich Kontakt auf und machen Sie darauf aufmerksam, inwiefern die Sponsoren von ihrem Engagement profitieren (Sichtbarkeit, positive Presse, Freikarten u.a.).
- **Kommunale Mittel**
Gemeinden haben oft Budgets, aus denen Mittel für bestimmte Zwecke beantragt werden können. Kontaktieren Sie den/die Koordinator/in für ländliche Räume bzw. die entsprechende Fachabteilung in der Gemeinde, dem Amt, dem Kreis, in dem das Projekt angesiedelt ist.
- **Nationale- und EU-Mittel**
Auf nationaler und europäischer Ebene gibt es wechselnde Möglichkeiten der Finanzierung, von denen einige speziell auf ländliche Räume zugeschnitten sind.
- **Private Stiftungen**
Im Internet gibt es Übersichten über private Stiftungen. Gehen Sie systematisch vor und wählen Sie die Stiftungen aus, die für das Projekt von Relevanz sind.





E5. Umsetzung

- Beginnen Sie erst, wenn die Finanzierung gesichert ist.
- Lassen Sie sich mögliche Änderungen in Bezug auf das Projekt während der Umsetzung von Förderern genehmigen.
- Denken Sie daran, alle beteiligten Freiwilligen zu motivieren: Jede Person leistet das, wozu er oder sie in der Lage ist - und der Wasserträger ist genauso wichtig wie der Star.
- Denken Sie daran, die Sponsoren zu erwähnen - gerne öfter als vereinbart und immer, wenn sie vor Ort sind.
- Sorgen Sie dafür, dass die Presse über Projektaktivitäten informiert wird - positive Presse hält "die Suppe am kochen".
- Kontrollieren Sie während der Umsetzung laufend das Budget.

E6. Verankerung

Erklären Sie bereits in der Projektbeschreibung, wie das Projekt verankert sein soll.

Es ist oft einfach, im für die Umsetzung benötigten Zeitraum für Engagement und Unterstützung zu sorgen. Die große Herausforderung liegt darin, das Engagement aufrechtzuerhalten, wenn die Euphorie um ein erfolgreiches Projekt herum verflogen ist. Vor der Auflösung der Projektorganisation ist es deshalb wichtig, die Verantwortung für langwierige, zähe Aufgaben zu klären, die noch bevorstehen.

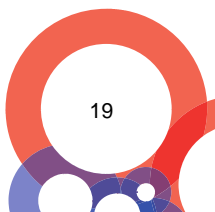
- Bei Bauvorhaben: Wer ist verantwortlich für Betrieb und Wartung?
- Bei sich wiederholenden Projekten: Wer beruft ein Planungstreffen ein, wenn das Projekt das nächste Mal stattfinden soll?
- Bei Zukunftswerkstätten: Wer trägt die Verantwortung dafür, dass Ideen weiterverfolgt werden?

E7. Evaluation

Erstellen Sie eine Evaluation des Projektverlaufs, in der Sie nützliche Erfahrungen für zukünftige Projekte herausstellen. Die Evaluation kann auch für die Berichterstattung bei Förderern genutzt werden.

Bei der Evaluation können Sie sich die folgenden Fragen stellen:

- Sind die Ziele des Projekts erreicht worden? Warum/warum nicht?
- Wurde der Zeitplan des Projektes eingehalten? Warum/warum nicht?
- Wurde das Budget des Projektes eingehalten? Warum/warum nicht?
- War das Projekt insgesamt eine gute oder schlechte Erfahrung? Warum?
- Hat das Projekt lokal zu Veränderungen geführt?
- Was passiert nach Abschluss des Projektes?





Der gute Förderantrag

Allgemeines zu Förderanträgen an Stiftungen:

- Stellen Sie telefonisch Kontakt zur Stiftung her und setzen Sie sich mit den Kriterien für die Antragstellung und die vorgesehenen Zwecke auseinander.
- Achten Sie genau darauf, den formalen Anforderungen bei der Antragstellung gerecht zu werden.
- Nutzen Sie das Antragsformular, wenn es ein solches gibt - und kontaktieren Sie die Stiftung, wenn Sie Fragen dazu haben, wie es ausgefüllt wird.
- Passen Sie die Projektbeschreibung den Kriterien und vorgesehenen Zwecken der jeweiligen Stiftung an - aber bleiben Sie der ursprünglichen Idee treu.
- Verschicken Sie nie Standardanträge

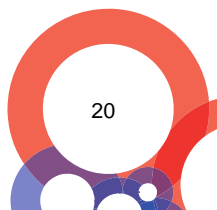
Der gute Antrag besteht aus:

- Anschreiben - ein "Türöffner", der kurz (max. 1 Seite) den Hintergrund des Projektes, Ziel und den beantragten Betrag darstellt. Es sollte eine Kontaktperson für Rückfragen angegeben werden.
- Antragsformular (sofern verfügbar)
- Projektbeschreibung - an die jeweilige Stiftung angepasst
- Anlagen:
 - Satzung des Vereins
 - Erklärungen zur Zusammenarbeit
 - Angebote von Lieferanten
 - Zeichnungen und Skizzen
 - Genehmigungen von Behörden
 - Bewilligungsschreiben anderer Förderer

Form des Anschreibens:

- Name und Adresse der Stiftung
- Ort und Datum
- Betreff: X-Verein beantragt Y Kronen zum Zweck Z
- Kurze Beschreibung:
 - Informationen zum Antragsteller
 - Projekt in 1-2 Sätzen
 - Wie unterstützt das Projekt die Ziele der Stiftung?
 - Deshalb beantragen wir Y Kronen zum Zwecke Z
- Mit freundlichen Grüßen (Kontaktperson), Verein, Adresse, Telefonnummer, E-Mail, Website des Vereins

Keiner kann alles
Alle können etwas
Zusammen können wir alles





So vernichten Sie eine gute Projektidee!

Möchten Sie Entwicklung in ihrer örtlichen Gemeinschaft verhindern? Dann müssen sie nur alle guten Projektideen im Keim ersticken. Das können Sie z.B. tun, indem Sie sagen:

1. Das haben wir schon versucht
2. Das haben wir noch nie gemacht
3. Das geht bei uns nicht
4. Dafür haben wir keine Zeit
5. Das ist zu teuer
6. Warum anders machen? Das funktioniert doch so auch
7. Das ist nicht unser Problem
8. Das nützt sowieso nichts
9. Warten wir ab
10. Ich weiß genau, warum du das sagst





F) Gemeinschaften in Vereinen

Vorstandsarbeit

Ein Verein ist eine unabhängige und selbstständige Einheit, die aus Personen besteht, die zu einem bestimmten Zweck eine Gemeinschaft bilden. Ein Verein kann ein Sportverein, ein Kulturverein, eine gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft oder ähnliches sein. Bei einer Mitgliederversammlung bestimmen die Mitglieder, was in der Satzung des Vereins stehen soll. Diese legt das Ziel, die Wahl des Vorstands, Pflichten u.a. fest.

Die Mitglieder wählen in demokratischer Wahl den Vorstand, der den Verein zwischen den Mitgliederversammlungen leitet.

F1. Der Handschlag der Gemeinschaft

Die Vorstandsarbeit ist für viele reines Handwerk. Aber Vorstandsarbeit ist auch Zusammenarbeit - und die ist bekanntlich schwer.

1.1 Zusammenarbeit im Vorstand

- Wer sind wir und wie arbeiten wir auf ein gemeinsames Ziel hin?

Ein Vorstand setzt sich normalerweise aus Menschen mit verschiedenen Hintergründen und Erfahrungen zusammen. Verschiedenheit ist eine Stärke - aber nur, wenn man Unterschiede kennt und sich ihnen bewusst ist. Daher kann ein offener Prozess, der Unterschiede in Bezug auf Erwartungen, Ziele und Ressourcen klärt, Grundlage für eine gute Zusammenarbeit sein.

1.2 Gemeinsame Erwartungen

Besprechen Sie in einer Sitzung die unterschiedlichen Erwartungen an die Vorstandsarbeit. Es kann sich um ganz konkrete Dinge in Bezug auf die Abwicklung der Vorstandssitzungen handeln: Soll bei Vorstandssitzungen Kaffee und Kuchen serviert werden? Sollen die Sitzungen um eine bestimmte Uhrzeit beendet sein? Soll es ein ausführliches Verhandlungsprotokoll oder nur ein Entscheidungsprotokoll geben?

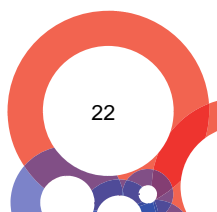
1.3 Gemeinsame Ziele

Klären Sie in einer Sitzung die unterschiedlichen Ziele in der Vorstandsarbeit. Wenn die Unterschiede sehr groß sind, sollte man Zeit darin investieren, ein gemeinsames Ziel zu finden. Voraussetzung für eine gute Zusammenarbeit ist, dass alle im Vorstand das übergeordnete Ziel und Teilziele, die für die dessen Erreichung erforderlich sind, kennen, verstehen und akzeptieren.

1.4 Gemeinsame Ressourcen

Nutzen Sie eine Sitzung, um zu klären, über welche Ressourcen und Kompetenzen die einzelnen Vorstandsmitglieder verfügen.

Im Idealfall setzt sich ein Vorstand aus theoretisch, praktisch und kreativ veranlagten Menschen zusammen. Erkennen Sie Unterschiede an und nutzen Sie sie bewusst bei der Aufgabenverteilung. Zur Klärung der Ressourcen gehört auch die Frage, wie viel Zeit jeder einzelne in die Vorstandsarbeit investieren kann. Auch hier ist es wichtig, Unterschiede gegenseitig anzuerkennen - und ehrlich in Bezug auf die eigenen Möglichkeiten zu sein. Die Zusammenarbeit erfordert es nicht unbedingt, dass alle gleich viel arbeiten. Es ist aber erforderlich, dass alle die Aufgaben lösen, die sie übernehmen.





13 effektive Brechstangen

- um die Vorstandsarbeit zu sabotieren

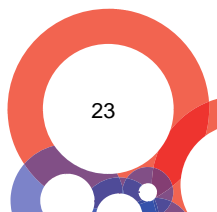
1. Kommen Sie nicht zu den Sitzungen oder melden Sie sich im letzten Moment ab.
2. Wenn Sie kommen, kommen Sie zu spät.
3. Wenn Sie endlich da sind, machen Sie laut auf sich aufmerksam.
4. Stellen Sie sich nie für irgendetwas zur Wahl.
5. Wenn Sie gewählt werden, tun Sie beleidigt und bleiben Sie weg.
6. Sagen Sie nichts, wenn Sie gefragt werden. Aber kritisieren Sie im Nachhinein die Entscheidungen.
7. Machen Sie generell nicht mehr als unbedingt nötig.
8. Bezahlen Sie ihren Mitgliedsbeitrag zu spät oder gar nicht.
9. Sagen Sie eine Sache und tun Sie eine andere.
10. Geben Sie keine Informationen heraus - auch nicht, wenn Sie direkt gefragt werden.
11. Bereiten Sie sich nicht vor, aber beschweren Sie sich über mangelnde und schlechte Information.
12. Sorgen Sie dafür, alles zu bekommen, was der Vorstand/Verein zu bieten hat.
13. Umzüge, Adressänderung und Änderungen der E-Mail-Adresse und ähnliches geben Sie nicht an.

9 Schraubenschlüssel zur Konfliktlösung

Die gemeinsamen Ziele sind klar. Die Tagesordnung ist festgelegt. Die Geschäftsordnung wird genau befolgt. Trotzdem entgleist die Vorstandsarbeit aufgrund einer Reihe von psychologischen Faktoren: A kann B nicht leiden und ist deswegen konsequent gegen alle Vorschläge von B. C fühlt sich übersehen und arbeitet deshalb gegen jeden Beschluss an.

Hier sind die 9 Schlüssel zur Beseitigung von Konflikten und versteckten Agenden:

1. Ergreifen Sie die Initiative, um versteckte Agenden ans Tageslicht zu bringen.
2. Sagen Sie ihre ehrliche Meinung. Sie ist wichtig und Sie haben das Recht, sie zu äußern.
3. Hören Sie Meinungsverschiedenheiten an und bewerten Sie, ob sie reell sind.
4. Tragen Sie verschiedenen Einstellungen Rechnung und leisten Sie ihren Beitrag zu realistischen Kompromissen.
5. Lernen Sie, bei Meinungsverschiedenheiten zwischen Inhalt und Person zu trennen.
6. Vermeiden Sie persönliche Angriffe. Respektieren Sie Unterschiedlichkeit.
7. Sprechen Sie geheime Agenden oder Konflikte sofort an, wenn Sie sie bemerken.
8. Denken Sie daran, dass es mehrere Wahrheiten gibt.
9. Offenheit + Toleranz = Synergieeffekt.





Vorstandsarbeit Aufgaben des Vorstands

1.1 Laufender Betrieb

- Finanzen (Budget, Abrechnung und Finanzmanagement)
- Mitgliedsaktivitäten
- Kommunikation
- Öffentlichkeitsarbeit

1.2 Entwicklungsaufgaben

- Zukünftige Ziele und Strategie festlegen
- Arbeit an Satzung und Organisation
- Kompetenzentwicklung der Vorstandsmitglieder

1.3 Projektaufgaben

- Einzelne Aufgaben mit festgelegtem Anfang und Ende, z.B. Aufgaben im Zusammenhang mit Bauprojekten, Seminaren usw.

F2. Verantwortung des Vorstands

Prinzipiell trägt der Vorstand die juristische und finanzielle Verantwortung für Entscheidungen, die er für den Verein trifft. Vorstandsmitglieder können jedoch auch persönlich verantwortlich gemacht werden, wenn

- ein Dritter Verluste erleidet und
- der Vorstand nicht so gehandelt hat, wie es eine normale, gewissenhafte Person getan hätte.

Es liegt in der individuellen Verantwortung der Vorstandsmitglieder:

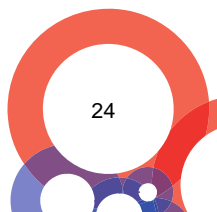
- aktiv dafür zu sorgen, dass sie über alle relevanten Umstände informiert sind.
- sich zu weigern, an einer Entscheidung mitzuwirken, wenn man sich nicht ausreichend informiert fühlt.
- und es zu Protokoll nehmen zu lassen, wenn man mit einer Mehrheitsentscheidung nicht einverstanden ist.

F3. Organisation und Satzung

Idee, Ziel und Organisation müssen in der Satzung beschrieben sein. Die Satzung ist eine Richtschnur für die Vorstandsarbeit. Sie beinhaltet die Regeln, nach denen die Mitglieder den Vorstand zur Verantwortung ziehen können. Deshalb sollte die Satzung einfach und klar formuliert, aber trotzdem vollständig sein.

Die Satzung muss mindestens folgendes beinhalten:

1. Name und Sitz des Vereins
2. Zweck des Vereins
3. Mitgliedschaft
4. Wahl, Zusammensetzung und Konstituierung des Vorstandes
5. Finanzen (wie sollen die Aktivitäten des Vereins finanziert werden?)
6. Anforderungen an die Form und Prüfung der Abrechnung
7. Mitgliederversammlung (Frequenz und Einberufungsfrist)
8. Regeln für die Änderung der Satzung
9. Auflösung des Vereins





F4. Geschäftsordnung

Eine Geschäftsordnung sind die Spielregeln für die interne Vorstandsarbeit.

Der Vorstand selbst entscheidet seine Geschäftsordnung, und es ist eine gute Idee, dies zu tun, bevor Meinungsverschiedenheiten und Konflikte auftauchen. Die Geschäftsordnung sollte folgendes regeln:

1. Konstituierung des Vorstandes (wenn nicht in der Satzung enthalten)
2. Einberufungsfristen für Sitzungen
3. Beschlussfähigkeit (wie viele müssen anwesend sein?)
4. Abstimmungsregeln
5. Arbeits- und Aufgabenverteilung
6. Einrichtung ständiger/nichtständiger Ausschüsse
7. Führung, Verteilung und Genehmigung des Protokolls
8. Befugnisse
9. Verschwiegenheitspflicht

F5 Budget und Abrechnung

5.1 Budget

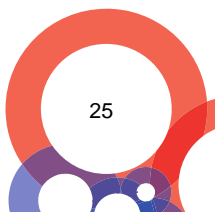
Nutzen Sie das Budget aktiv als Werkzeug, um den Verein finanziell zu steuern. Das tun Sie, indem

- Sie ein realistisches Budget aufstellen
- laufend über Einnahmen und Ausgaben buchführen
- kontrollieren, dass das Budget eingehalten wird
- bei Abweichungen eingreifen

5.2 Abrechnung

Die Abrechnung

- ist der jährliche Status in Bezug auf die finanzielle Situation des Vereins
- muss von allen Vorstandsmitgliedern unterschrieben werden
- muss von den Mitgliedern bei einer Mitgliederversammlung genehmigt werden
- zeigt an, wo Problemlösungen und Kontrolle durch den Vorstand angebracht sind
- sollte keine Überraschungen enthalten, sofern der Vorstand das Budget als Werkzeug zur Steuerung der finanziellen Entwicklung genutzt hat.





F6. Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung ist das oberste Entscheidungsgremium des Vereins. Es ist die Aufgabe des Vorstands, die Mitgliederversammlung zu veranstalten und zu ihr einzuladen. In diesem Zusammenhang sollte der Vorstand sicherstellen:

- dass rechtzeitig und in Übereinstimmung mit der Satzung und über ein Medium eingeladen wird, über das die Mitglieder erreicht werden.
- dass eine qualifizierte Person als Versammlungsleiter/in zur Verfügung steht.
- dass der/die Versammlungsleiter/in die Satzung kennt.
- dass der/die Versammlungsleiter/in die Inhalte zu den einzelnen Tagesordnungspunkten kennt (z.B. eingereichte Vorschläge, Kandidatinnen und Kandidaten für Vorstandsämter etc.).
- dass es interessierte Kandidatinnen und Kandidaten für eventuelle freie Ämter im Vorstand, als Stellvertreter/in oder für die Rechnungsprüfung gibt.

F7. Änderungen in der Besetzung des Vorstandes

Bei Änderungen in der Besetzung des Vorstandes ist es von Vorteil, die Ressourcen zu prüfen und zu klären:

- Welche Ressourcen und Kompetenzen haben wir im Vorstand?
- Welche Ressourcen und Kompetenzen fehlen uns im Vorstand?
- Wen kennen wir, der über die nötigen Ressourcen und Kompetenzen verfügt?
- Wäre die- oder derjenige an einer Wahl in den Vorstand interessiert?

Es ist nicht undemokratisch, wenn der Vorstand mögliche Kandidaten anspricht. Ganz im Gegenteil, es ist die Pflicht eines verantwortlichen Vorstands sicherzustellen, dass auf einer Mitgliederversammlung qualifizierte und interessierte Kandidatinnen und Kandidaten für alle freien Ämter zur Verfügung stehen. In letzter Instanz sind es die Mitglieder auf der Mitgliederversammlung, die abstimmen.

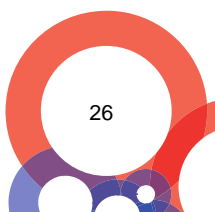
F8. Wie heißen wir ein neues Mitglied willkommen?

Der aktuelle Vorstand trägt die Verantwortung dafür, neue Mitglieder auf eine positive Art und Weise in die Vorstandsarbeit einzubeziehen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, dass das/die neue/n Mitglied/er:

- Dem Vorstand vorgestellt werden und sich vorstellen (wer sind wir, was können wir)
- Mit Satzung, Geschäftsordnung und Gewohnheiten vertraut gemacht werden
- Zugriff auf alte Protokolle haben
- Mit den Plänen, Zielen und Zukunftsvisionen des Vorstands bekannt gemacht werden
- Aufgaben und Verantwortung in angemessenem Umfang übertragen bekommen

F9. Vorstandssitzungen

Die Vorstandsarbeit besteht aus viel mehr als nur Sitzungen. Man könnte sogar sagen, dass der wichtigste Teil der Arbeit zwischen den Sitzungen stattfindet. Aber die Vorstandssitzungen sind die Kurbel der Vorstandsarbeit. Eine effektive Sitzungskultur wird deswegen die übrige Vorstandsarbeit positiv beeinflussen.





9.1 Planung von Sitzungen

Eine gute Besprechung ist eine gut geplante Besprechung. Der-/Diejenige, der/die die Sitzung einberuft (in der Regel der/die Vorsitzende) trägt die Hauptverantwortung für die Planung der Sitzung, aber alle Vorstandsmitglieder haben die Möglichkeit und Pflicht sich einzubringen, indem sie z.B. die Tagesordnung mitbestimmen.

9.2 Zeit und Ort

Es liegt in der Verantwortung desjenigen, der die Sitzung einberuft, dass alle über Ort und Zeit informiert werden. Es liegt jedoch in der Verantwortung jedes einzelnen Vorstandsmitgliedes, erreichbar zu sein - z.B. durch das regelmäßige Checken der Mails, das Abhören des Anrufbeantworters, das Mitteilen von Adressänderungen usw.

9.3 Ziel

Für jeden einzelnen Punkt auf der Tagesordnung sollte ein Ziel definiert werden. Übergeordnet kann man zwischen drei Arten von Zielen unterscheiden:

- Beschluss
- Diskussion
- Information/Mitteilung

9.4 Teilnehmer

Es muss aus der Einladung zur Sitzung hervorgehen, wenn bei der Sitzung externe Gäste eingeladen sind, die nicht Mitglied im Vorstand sind. Es ist außerdem wichtig, dass man sich abmeldet, wenn man nicht teilnehmen kann, da dies Einfluss auf die Beschlussfähigkeit des Vorstands haben kann.

9.5 Dauer

Ein fester Zeitrahmen fördert eine effektive Sitzungskultur. Vereinbaren Sie vorab (eventuell bei Beginn der Sitzung), wann die Sitzung spätestens beendet werden soll. Die Tagesordnung sollte auch Zeitfenster für die einzelnen Punkte beinhalten.

F10. Die Rolle des/der Versammlungsleiters/-in

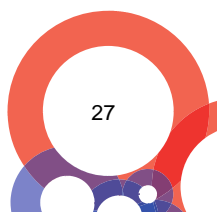
Der/die Versammlungsleiter/in spielt insbesondere für die Durchführung der Mitgliederversammlung eine wichtige Rolle. Wenn es zum Beispiel Unklarheiten in Bezug auf die Satzung gibt, gilt die Interpretation des/der Versammlungsleiters/-in.

10.1 Der/die gute Versammlungsleiter/in

- Kennt die Satzung und hat eventuelle Fragen zur Interpretation vorab geklärt.
- Eröffnet die Diskussion zu Berichterstattung, Budget und Jahresabrechnung, indem er/sie z.B. selbst die erste Frage stellt.
- Achtet auf Fragen aus dem Saal, aber vermeidet, dass Zweifel in Bezug auf die Vorgehensweise bei Wahlen usw. aufkommen.

F11. Durchführung der Vorstandssitzung

Alle Vorstandsmitglieder sind mitverantwortlich dafür, dass die Besprechung effektiv durchgeführt wird und ein gutes Arbeitsklima herrscht. Eine besondere Verantwortung trifft hierbei aber den/die Leiter/in der Sitzung (in der Regel den/die Vorsitzende/n).





Ein/e gute/r Sitzungsleiter/in sorgt dafür:

- Den Vorstand über eventuelle Maßnahmen seit der letzten Sitzung zu informieren
- Dass den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Zweck der Sitzung und der einzelnen Punkte klar sind
- Dass alle angehört werden und alle Perspektiven dargelegt werden
- Dass der Zeitplan der Sitzung eingehalten wird
- Dass die Reihenfolge der Tagesordnung durchdacht und logisch ist
- Dass Satzung und Geschäftsordnung eingehalten werden
- Dass die Standpunkte der Teilnehmer zusammengefasst werden
- Dass Entscheidungen getroffen werden
- Dass Entscheidungen zu Protokoll genommen werden
- Dass die Verantwortung platziert wird, damit Entscheidungen umgesetzt werden.

G) Bürgervertretung – versammelndes Organ und Sprachrohr der örtlichen Gemeinschaft

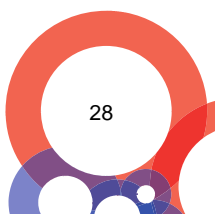
(Folgender Text bezieht sich auf das dänische Verständnis von lokalen Bürgervertretungen)

Eine örtliche Gemeinschaft braucht eine Organisation, die lokale Maßnahmen koordiniert und als Bindeglied zwischen der örtlichen Gemeinschaft und der Umwelt agiert. Diese Organisation wird hier Bürgervertretung genannt. Sie existiert aber auch unter den Bezeichnungen Dorfrat, Bürgerverein u.a. Alle diese Bezeichnungen decken Vereine, die nach außen als Sprachrohr fungieren und dazu beitragen, dass intern eine gemeinsame Richtung gefunden wird.

G1. Organisation der Bürgervertretung

Eine Bürgervertretung kann auf zwei verschiedene Arten organisiert sein:

- Eine Bürgervertretung kann ein normaler Verein sein, in dem der Vorstand bei einer Mitgliederversammlung von den Mitgliedern gewählt wird.
- Die Bürgervertretung kann aber auch eine Dachorganisation sein, in der Vereine, Wirtschaft, Einrichtungen und andere Gruppen jeweils einen Vertreter wählen. In Diagrammform sieht das Modell folgendermaßen aus:





Bürgervertretung				
Institutionen	Vereine	Wirtschaft	Landwirtschaft	Oder andere...
Tagesstätten Kindergarten	Wasserversorgung Rat der Kirchengemeinde	Betriebsrat/-verein Landwirtschaft 1	Landwirtschaft 2 Agrarverband	
Schule Pflegeheim und viele andere	Jugendklub und viele andere	Firma 1 Firma 2 Firma 3 und viele andere	und viele andere	

G2. Aufgaben der Bürgervertretung

Fußballvereine konzentrieren sich auf Fußball und Turnvereine auf das Turnen. Die Bürgervertretung braucht eine ganzheitliche Herangehensweise. Kurz gesagt muss die Bürgervertretung die Aufgaben übernehmen, die keiner der bestehenden Vereine übernimmt. Dies können die folgenden sein:

- Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit für das Dorf
- Kontakt zu Politikern, Presse und benachbarten Dörfern
- Ausarbeitung eines Entwicklungsplans für die örtliche Gemeinschaft
- Maßnahmen, die Zusammenhalt, Identität und Wachstum in der örtlichen Gemeinschaft stärken

G3. Vorteile einer Bürgervertretung

Sich im Rahmen einer Bürgervertretung zu organisieren hat mehrere Vorteile:

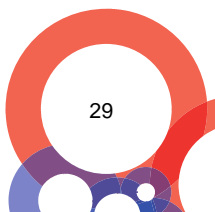
- Das Wort der örtlichen Gemeinschaft hat gegenüber Politikern mehr Gewicht
- Beim Fundraising für größere Dorfprojekte wirkt es überzeugend, wenn der Antragsteller von der örtlichen Gemeinschaft breite Unterstützung erfährt.
- Viele Maßnahmen und Interessen in einer örtlichen Gemeinschaft können von einer Instanz koordiniert werden, die alle vertritt.

Ausschuss für ländliche Räume - ein politisches Organ

In den dänischen Kommunen ist es zulässig, einen sog. § 17 Abs. 4-Ausschuss einzurichten, der ein nichtständiger politischer Ausschuss ist. Der byråd [Rat der Kommune] kann nach dem dänischen Styrelseslov [Lenkungsgesetz] einen solchen Ausschuss zur Wahrnehmung besonderer Aufgaben setzen. Dieser nichtständige Ausschuss kann auch in beratender und vorbereitender Funktion für den kommunalbestyrelsen (Vorstand der Kommune), Wirtschaftsausschuss oder einen anderen ständigen Ausschuss eingesetzt werden. Das Besondere ist, dass ein § 17 Abs. 4-Ausschuss aus gewählten Mitgliedern des Rates der Kommune sowie Freiwilligen besteht.

Der Ausschuss für ländliche Räume arbeitet an Themen, welche die Entwicklung der ländlichen Räume voranbringen. Hier kann es sich zum Beispiel um die strategische Planung im Bereich ländliche Räume, die Siedlungspolitik, den Zusammenhang zwischen Stadt und Land, die Schulstruktur, die finanziellen Mittel für Bürgervertretungen, die Schaffung von Arbeitsplätzen und andere Faktoren handeln, durch die sichergestellt werden soll, dass es weiterhin attraktiv ist, in der gesamten Kommune zu leben und zu arbeiten.

Durch die Einsetzung dieses politischen Ausschusses wird ein Schwerpunkt auf die Entwicklung in den ländlichen Räumen gesetzt und signalisiert, dass der Bereich politische Priorität genießt.





Der Landbezirksrat - das Sprachrohr der örtlichen Bevölkerung

Der Landbezirksrat [dän. Landdistriktsrådet] ist ein Zusammenschluss mehrerer Bürgervertretungen aus Dörften in einer Kommune oder eines anderen größeren geographischen Gebietes. Andere Bezeichnungen für die Gesamtkonstruktion sind Rat der Dörfer, Spitzenverband, Zusammenschluss der Dörfer u.a. Der Landbezirksrat bekommt Input von allen Bürgervertretungen und kann deshalb als Sprachrohr der örtlichen Gemeinschaften agieren.

Der Rat kann entweder als Spitzenverband organisiert werden, wobei der Vorstand bei der Mitgliederversammlung von den einzelnen Bürgervertretungen gewählt wird, oder als Dachorganisation, in der die Mitglieder Vertreter für den Landbezirksrat benennen.

An mehreren Orten in Dänemark gibt es Beispiele dafür, dass der Landbezirksrat freiwillige Vertreter in den politischen §17 Abs. 4-Ausschuss, den Ausschuss für ländliche Räume, entsendet hat.

Der Landbezirksrat arbeitet mit Themen, die alle örtlichen Gemeinschaften in dem geographischen Gebiet gemeinsam haben.

Indem sie sich als Landbezirksrat organisieren, können örtliche Gemeinschaften in einer Kommune / einer Region sicherstellen:

- Dass sie mit einer starken Stimme sprechen
- Dass sie nicht gegeneinander arbeiten
- Politiker können einen Landbezirksrat als Kontakt zur örtlichen Bevölkerung in Bezug auf gemeinsame Anliegen und ein Forum nutzen, in dem Themen rechtzeitig vor einer Beschlussfassung diskutiert werden können.

H) Verschaffen Sie sich einen Überblick! SWOT-Analyse

SWOT ist die Abkürzung für: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Stärken, Schwächen, Möglichkeiten, Risiken). Eine SWOT-Analyse kann genutzt werden, um sich einen Überblick über den Status einer örtlichen Gemeinschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt zu verschaffen. Die SWOT-Analyse besteht aus zwei Teilen.

1. Stärken und Schwächen zeigen, was die örtliche Gemeinschaft kann.
2. Möglichkeiten und Risiken zeigen die Einflüsse der Umgebung auf die örtliche Gemeinschaft.

Stärken der örtlichen Gemeinschaft:

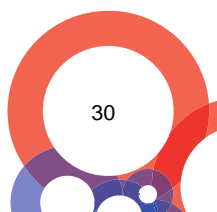
Ein starker Zusammenhalt, lebendiges Vereinsleben, eine starke lokale Organisation, schöne Natur, einzigartige kulturhistorische Werte, Einrichtungen vor Ort, ein aktiver Einzelhandel und Unternehmen.

Schwächen der örtlichen Gemeinschaft:

Uneinigkeit zwischen zwei oder mehr Gruppen, fehlendes Engagement in den Vereinen, fehlen einer lokalen Organisation, fehlen geeigneten Wohnraums für Familien mit Kindern.

Möglichkeiten für die örtliche Gemeinschaft:

Verlegung von Glasfaserleitungsnetzen, neue Investitionen in die Infrastruktur, Zusammenarbeit mit anderen örtlichen Gemeinschaften.





Risiken für die örtliche Gemeinschaft:

Schulschließung, Aussterben von Geschäften, das Durchschnittsalter der Bevölkerung steigt

Die SWOT-Analyse kann zur Erarbeitung eines strategischen Plans für die zukünftige Entwicklung der örtlichen Gemeinschaft genutzt werden. Die Strategie sollte auf den Stärken der örtlichen Gemeinschaft aufbauen und ihren Schwächen entgegenwirken. Die Strategie muss auch sicherstellen, dass von außen kommende Möglichkeiten genutzt und Risiken minimiert werden.

1. Hat die örtliche Gemeinschaft Stärken, auf denen die Strategie aufbauen kann?

Eine einzigartige kulturhistorische Lage oder Lage in der Natur kann z.B. zu einer Marke werden.

2. Hat die örtliche Gemeinschaft Schwächen, die sie verwundbar machen - und gibt es Maßnahmen, die hier gegensteuern können?

Wenn die örtliche Gemeinschaft in Einheimische und Zugezogene unterteilt ist, muss dieses Problem zuerst in Angriff genommen werden.

3. Gibt es von außen kommende Maßnahmen, die eine Möglichkeit für die örtliche Gemeinschaft darstellen? Und was muss die örtliche Gemeinschaft tun, um die Möglichkeiten auszunutzen?

Eine neue Autobahn kann eine Möglichkeit für die örtliche Gemeinschaft darstellen - besonders, wenn die Bürgervertretung die Planung beeinflussen kann und die Zufahrtsmöglichkeiten für die örtliche Gemeinschaft von Vorteil sind.

4. Vor welchen von außen kommenden Risiken muss sich die örtliche Gemeinschaft in Acht nehmen?

Der Kampf um die örtliche Schule beginnt lange bevor in der Gemeinde das Säbelrasseln um die Schulschließung beginnt, indem z.B. attraktive Wohnmöglichkeiten für Familien mit Kindern geschaffen werden.

I) Finden eines logischen Modells

Das logische Modell kann genutzt werden, um Projekte zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Das logische Modell stellt fünf grundlegende Fragen zum Projekt:

- Welche Ressourcen benötigt das Projekt?
- Welche Aktivitäten werden durch das Projekt veranlasst?
- Was ist das konkrete Ergebnis (die Leistung) der Projektaktivitäten?
- Was ist der kurzfristige Effekt des Projektes?
- Was ist der langfristige Effekt des Projektes?

1. RESSOURCEN:

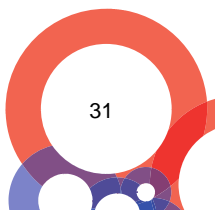
Finanzielle, menschliche und materielle Ressourcen, die dem Projekt zur Verfügung stehen.

2. AKTIVITÄTEN:

Die Ressourcen des Projekts werden in Aktivitäten umgewandelt.

3. LEISTUNGEN:

Das konkrete Ergebnis aus den Projektaktivitäten.





4. KURZFRISTIGER EFFEKT:

Der unmittelbare Effekt der durch das Projekt erbrachten Leistungen (1-2 Jahre)

5. LANGFRISTIGER EFFEKT:

Der langfristige Effekt der durch das Projekt erbrachten Leistungen (4-5 Jahre)

Ein Beispiel für das logische Modell aus der Praxis:

Die örtliche Gemeinschaft möchte eine Hütte mit Feuerstelle bauen, die ein Treffpunkt für Familien mit Kindern sein und von Pfadfindern, der Schule und Kindertagesstätten genutzt werden kann.

1. RESSOURCEN: Arbeitsstunden von Freiwilligen Baumaterialien, gespendet von einem lokalen Handwerksbetrieb

2. AKTIVITÄTEN: Arbeitswochenenden zum Bau der Hütte

3. LEISTUNGEN: Hütte mit Feuerstelle

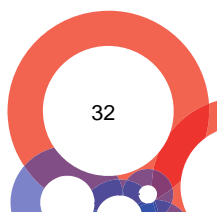
4. KURZFRISTIGER EFFEKT: Mehr soziale Aktivitäten für Familien, Kinder und Jugendliche in der örtlichen Gemeinschaft

5. LANGFRISTIGER EFFEKT: Stärkung des Zusammenhalts der örtlichen Gemeinschaft

→ In der Planungsphase ist das logische Modell ein Werkzeug, um den Zusammenhang zwischen den Ressourcen, Aktivitäten und dem Ziel des Projektes zu verdeutlichen.

→ In der Durchführungsphase ist das logische Modell ein Werkzeug um zu verdeutlichen, welche Aktivitäten durchgeführt werden müssen und welches die Kriterien für die erfolgreiche Durchführung der Aktivitäten sind.

→ In der Evaluationsphase ist das logische Modell ein Werkzeug um festzulegen, an welchen Kriterien der Erfolg des Projektes festgemacht wird.





Dieses Projekt, BenefitRegions, wird gefördert mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.

